

BAB II

KAJIAN TEORI

Dalam bab ini, penulis akan menguraikan beberapa teori yang bersangkutan dengan penelitian agar dapat menganalisa penelitian ini. Teori pada bab ini terdiri dari budaya populer, pemahaman lintas budaya, new media, youtube, minat, belajar, faktor yang mempengaruhi minat belajar, dan motivasi.

2.1. Pop Culture (budaya populer)

Budaya populer adalah sebuah kegiatan yang sangat diminati dan dapat memikat masyarakat masa kini, karena budaya populer sangat menarik, menyenangkan, dan sangat sesuai dengan pola hidup masa kini. Menurut William (2003 : 10) mendefinisikan budaya populer menjadi 4 yaitu ; 1). Kebudayaan yang disukai banyak orang, 2). Kerja kebudayaan yang inferior, 3). Kebudayaan yang dimaksud meraih simpati banyak orang, 4). Kebudayaan yang dibuat sekelompok orang untuk diri mereka sendiri. Sedangkan menurut Strinanti (2007) dalam buku “ Popular Culture : Pengantar menuju teori budaya populer”. Budaya populer adalah budaya yang lahir atas keterkaitan dengan media massa. Artinya suatu media mampu memproduksi sebuah produk dengan bentuk budaya. Lalu, konsumen akan menyerap dan menjadikan hal tersebut sebagai bentuk kebudayaan.

Menurut William (2003 : 10) Budaya populer sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari masyarakat, dimana budaya populer saat ini sudah diterapkan dalam kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat luas. Sebagai contohnya budaya populer yang diterapkan oleh masyarakat dimulai dari kebutuhan primer seperti makanan, minuman, dan pakaian. Makanan-makanan yang terkena budaya populer seperti mie instant, *junk food*, dan makanan siap saji lainnya yang merupakan sebuah bentuk produk dari budaya populer. Selain dari kebutuhan primer, budaya populer juga merambat ke kebutuhan sekunder dan tersier seperti kemajuan teknologi,

informasi, komunikasi, dan pola hidup. Salah satu hal yang membuat budaya populer mudah untuk menyebar dan diketahui oleh masyarakat adalah smartphone yang merupakan sebuah sarana yang difasilitasi oleh internet untuk mengakses *tren* lain yang sedang terjadi di dunia saat ini.

Budaya populer sangat berkaitan dengan budaya massa. Budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan dari teknik-teknik industrial produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari konsumen massa. Budaya massa ini berkembang akibat dari kemudahan-kemudahan reproduksi yang diberikan oleh teknologi percetakan, fotografi, perekam suara, dan sebagainya (Malthy dalam Tressia, 2001:37). Mengutip dari Shoichi Nakamura dan Osamu Nakano, "Budaya Populer" (1985)

大衆文化は膨大な数に上る大衆を対象にして、生産され、消費される文化こうして。現代文化はマスメディアによって生産され、伝播されるという性格を示すことになる。現代人は、マスメディアに対してほぼ共通に接し、マスメディアが毎日休むことなく提供する情報を受容することを通して、環境の変化を経験する。ここから大衆文化は、マス・メディアによって社会全体に提供されている文化という意味をもつことになる。

Terjemahan :

Budaya populer adalah budaya yang diproduksi dan dikonsumsi oleh sejumlah besar massa. Budaya populer akan menunjukkan karakter yang diproduksi dan disebar oleh media massa. Masyarakat modern mengalami perubahan lingkungan dengan berinteraksi dengan media massa yang hampir sama dan menerima informasi yang diberikan media massa setiap hari tanpa henti. Dari sini, budaya populer memiliki makna budaya yang diberikan kepada masyarakat secara keseluruhan oleh media massa.

Berdasarkan dua kutipan diatas, masing-masing mendefinisikan bahwa budaya populer yang ada saat ini bersangkutan dengan media massa yang bertujuan untuk menyebarkan segala bentuk informasi dan memiliki tujuan agar informasi yang disebar dapat dikonsumsi oleh seluruh

masyarakat di dunia. Dengan adanya penyebaran informasi oleh media massa memberikan dampak pada pola hidup masyarakat menjadi lebih modern, sebagai contoh : perubahan karakter dan sikap seorang individu terhadap lingkungan.

2.2. Pemahaman Lintas budaya

Pemahaman lintas budaya merupakan suatu pemahaman tentang bagaimana seorang individu bertukar pikiran dengan perbedaan bangsa, ras, dan bahasa. Menurut Andrea L. Rich & Dennis M. Ogawa dalam buku “ Komunikasi Lintas budaya “ menyatakan pemahaman lintas budaya adalah komunikasi anatar orang-orang yang berbeda kebudayaan. Sedangkan menurut Heyward (2002) pemahaman lintas budaya merupakan kompetensi, pemahaman, sikap, penguasaan bahasa, partisipasi dan identitas yang diperlukan untuk keterlibatan lintas budaya yang efektif.

Dari kedua peneliti diatas dapat disimpulkan bahwa pemahaman lintas budaya merupakan suatu pemahaman lintas budaya mengacu pada interaksi dan komunikasi anatar orang-orang yang berbeda latar belakang, adanya pemahaman lintas budaya agar seorang individu dapat memahami orang-orang dari berbagai negara, cara berinteraksi, berkomunikasi berbeda.

Pemahaman lintas budaya juga diperlukan oleh orang-orang yang dalam pekerjaan, pendidikan, dan sehari-hari yang selalu berinteraksi dengan orang-orang yang berasal dari budaya yang berbeda. Litvin (2004) dalam Kusherdyana (2013) tujuan pemahaman lintas budaya adalah sebagai berikut :

1. Menyadari bias budaya sendiri.
2. Lebih peka secara budaya.
3. Memperoleh kapasistas untuk benar-benar terlibat dengan anggota dari budaya lain untuk menciptakan hubungan yang baik.
4. Merangsang pemahaman yang lebih besar atas budaya sendiri.
5. Memperluas dan memperdalam pengalaman.

6. Membuat memahami budaya sebagai hal yang menghasilkan dan memelihara semesta wacana dan makna bagi para anggotanya.
7. Membantu membantu kontak antar budaya sebagai suatu cara memperoleh pandangan kedalam budaya sendiri yang berupa asumsi, nilai, kebebasan dan keterbatasan.
8. Membantu memahami model-model, konsep-konsep, dan aplikasi bidang komunikasi antar budaya.
9. Membantu menyadari bahwa sistem-sistem yang berbeda dan dapat dipelajari secara sistematis, dibandingkan, dan dipahami.
10. Membantu menyadari bahwa sistem-sistem nilai yang berbeda dapat dipelajari secara sistematis, dibandingkan, dan dipahami.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan tujuan dari pemahaman lintas budaya adalah meningkatkan kesadaran diri terhadap budaya sendiri atau orang lain. Tujuan pemahaman lintas budaya untuk memahami konsep budaya dan ciri-ciri budaya. Selain itu, pemahaman lintas budaya juga dapat membuat seseorang berkomunikasi secara efektif terhadap seseorang yang berbeda budaya, dan juga tujuan pemahaman lintas budaya membuat kesalahpahaman dalam interaksi antara seseorang yang berbeda budaya dapat dikurangkan.

2.3. New Media

Pernyataan media baru secara umum mengacu kepada media digital yang memiliki sifat interaktif, memiliki komunikasi 2 arah, serta melibatkan bentuk penggunaan yang ada di dalam media lama seperti telepon, radio dan TV (Logan 2010). Sedangkan New Media Menurut (Ginting, 2011) adalah media yang menggunakan internet berbasis teknologi online, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, serta dapat berfungsi secara private atau publik.

Di dalam buku *Alternative and Activist New Media*, Media baru disebut baru dikarenakan mereka adalah produk yang memiliki hubungan secara terus menerus dari aktifitas yang inovatif, jasa, sistem dan kegunaan yang dapat bergabung maupun mengurangi perbedaan diantara telepon, film, surat, koran,

televisi, fotografi, ataupun musik. Selain itu, New media atau bisa disebut dengan media baru memiliki 3 komponen utama yaitu; 1).sebuah alat yang memungkinkan dan digunakan untuk memperluas kemampuan orang dalam berkomunikasi dan berbagi makna, 2).sebuah aktifitas komunikasi dimana terlibat orang-orang di dalamnya dimana mereka mengembangkan dan menggunakan alat tersebut, 3).Sebuah pengaturan sosial yang lebih besar dan bentuk organisasi yang dibuat oleh orang dan dibangun di sekitar artefak ini.

Dari ketiga definisi new media diatas maka dapat disimpulkan bahwa new media merupakan media yang mengikut sertakan media lama seperti telepon, radio, televisi, dan berbagai media lama yang kemudian ditempatkan dalam sebuah media digital, yang membuat banyak orang terlibat didalamnya.

a. Manfaat New media

Seiring perkembangan teknologi dan komunikasi membuat New media atau Media baru lahir. Adanya kelahiran media baru memberikan banyak manfaat bagi manusia saat ini, sebagai berikut :

1. Sebagai media hiburan

Media baru juga dapat dimanfaatkan sebagai media hiburan, seperti bermain game online, menonton film, dan mendengarkan lagu secara online.

2. Efisien dalam berkomunikasi

Manfaat lain dari media baru adalah efisiensi dalam berkomunikasi. Dengan media baru seseorang bisa saling berkomunikasi secara online tanpa ada pembatasan lokasi.

3. Sebagai sarana pendidikan

Dalam bidang pendidikan, media baru memiliki peran yang besar. Contohnya, saat pandemik berlangsung semua kegiatan secara online, proses belajar mengajar dilakukan secara online melalui aplikasi video conference, buku digital dan mencari materi dari video yang berada di youtube.

2.4. Youtube

Youtube adalah salah satu website yang memberikan sebuah fasilitas berbentuk video dan terdapat banyak informasi didalam video tersebut. Saat ini, youtube salah satu website yang digemari oleh anak muda. Menurut Sianpar (dalam Samosir 2018). Youtube merupakan tempat penyimpanan dan menonton video yang paling populer di internet saat ini. Youtube juga merupakan situs video yang menyediakan yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar bergerak. Website youtube menyediakan informasi untuk mereka yang menggunakan youtube sebagai pencarian informasi dalam bentuk Vlog.

Video blog atau yang sering disebut dengan *Vlog* adalah sebuah konten yang merekam kegiatan *conten creator* sehari-sehari (Anendya, 2022). Dalam *Vlog* biasanya dilengkapi dengan beberapa teks didalam videonya, sehingga penonton dapat memahami dan mengerti hal apa yang sedang dilakukan atau dijelaskan oleh *conten creator*. Seiring berjalannya waktu para *conten creator* atau disebut dengan *Vlogger* memberikan sebuah perubahan terhadap cara penyampaiannya, sehingga membuat penontonnya mendapatkan suatu hal baru yang sebelumnya berawal dari menulis informasi dalam suatu *blog*, sekarang berkembang menjadi sebuah video untuk menganti media terdahulu.

Dengan adanya media *vlog* ini, para *conten creator* dan *Vlogger* dapat memicu dan melatih kemampuan dalam dirinya atas informasi yang telah dibaca atau dilihat melalui video blog ini. Dan hal ini membuat para penonton *vlog* menjadi terpacu minat belajarnya, karena banyak informasi yang diberikan melalui video yang dibuat oleh *conten creator* atau *Vlogger*.

a. Channel Youtube Nihongo Mantappu

Channel atau yang dapat diartikan sebagai saluran merupakan salah satu bentuk komunikasi didalam youtube. *Channel youtube* atau yang bisa disebut kanal youtube, berfungsi untuk mengupload sebuah *Vlog* ke dalam saluran youtube. Salah satu

contoh dari kanal youtube yang dimaksud adalah *Nihongo mantappu*, dimana kanal youtube ini merupakan nama produk dari saluran youtube.

Kanal youtube *nihongo mantappu* adalah salah satu saluran yang dikelola oleh Jerome Polin, dimana kanal youtube ini telah banyak menarik perhatian masyarakat Indonesia terutama anak muda. Berdasarkan hasil dari analisa peneliti, dapat disimpulkan bahwa *channel Nihongo Mantappu* merupakan salah satu *channel* yang mengangkat topik mengenai edukasi sebagai topik utama dalam kanal youtubenyanya. Jenis-Jenis konten yang ada di *channel nihongo mantappu* sebagai berikut : membahas mengenai bahasa Jepang, membahas Soal matematika, dan memperkenalkan tempat-tempat wisata yang ada di Jepang.

Dengan adanya konten-konten yang disediakan oleh kanal youtube *nihongo mantappu*, didalamnya terdapat beberapa materi pembelajaran singkat mengenai bahasa Jepang yang dijabarkan pada videonya.

Gambar 2.1 : Terdapat kosakata dalam Vlog



Sumber : Youtube Channel : Nihongo Mantappu

Berdasarkan gambar 2.1, menyampaikan pembelajaran singkat mengenai bahasa Jepang dalam bentuk kosakata. Selain itu, konsumen video dapat belajar bahasa Jepang tidak hanya dengan

cara tradisional saja. Kanal *youtube Nihongo Mantappu* memiliki banyak *views* per-upload videonya.

Gambar 2.2 Banyak Views per-video



Sumber : <https://youtu.be/Zr3PPx2mHsE>

Pada gambar 2.2, video tersebut di tonton sampai 1 juta orang yang menonton konten tersebut. Selain pembelajaran singkat bahasa Jepang, *channel youtube Nihongo Mantappu* juga memaparkan kondisi Jepang saat ini. Hal tersebut membuat penonton juga mendapatkan wawasan baru selain kosakata yang di berikan pada *vlognya*. Menurut Manion (2005) menyatakan bahwa seseorang yang menyukai budaya Jepang, cenderung akan menyukai banyak aspek dari budaya Jepang. Hal ini dapat terlihat dari total *views* pada video tersebut.

Channel Nihongo Mantappu dapat meningkatkan minat belajar bahasa dan kebudayaan Jepang, karena sifat dalam *vlog* tersebut inovatif, deskriptif dan interaktif. Dengan adanya sifat *vlog* yang inovatif, deskriptif dan interaktif membuat para para penonton yang bukan hanya sekedar menonton mendapatkan informasi yang sesuai yang orang itu butuhkan. Dapat disimpulkan bahwa *channel youtube Nihongo Mantappu* sangat berpengaruh untuk mempengaruhi seseorang yang sedang mencari informasi tentang

negara Jepang, karena yang sifat dalam *vlog* tersebut inovatif, deskriptif, dan interaktif. Dengan adanya aneka ragam kategori *vlog* membuat seseorang tinggal memilih kategori *vlog* yang dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh para penontonnya.

2.5. Minat

Minat merupakan suatu hal penting dalam seorang individu untuk mengikuti kegiatan. Slameto (2002: 180) adalah rasa kesukaan dan ketertarikan terhadap suatu hal atau kegiatan tertentu tanpa ada dorongan dari siapapun. Menurut Ana Laila Soufia dan Zuchidi (dalam Lusi 2018) minat merupakan kekuatan pendorong yang menyebabkan seseorang menaruh perhatian pada orang lain, pada aktivitas atau objek lain. Sedangkan menurut Agus Sujanto (dalam Andi 2019) minat adalah sesuatu pemusatan perhatian yang tidak disengaja yang terlahir dengan kemauannya, tergantung dari bakat dan lingkungannya. Pada dasarnya minat selalu diikuti dengan perasaan senang dan dari situ diperoleh kepuasan dan minat dapat mempengaruhi seseorang. Mengutip dari buku “ Pengaruh Interaksi Sosial Terhadap Minat Belajar Buddha-Dharma Muda-Mudi Vihara “

“ Minat juga merupakan salah satu aspek psikis yang dapat mendorong seseorang mencapai tujuannya. Jika seseorang memiliki minat terhadap suatu objek cenderung merasa senang terhadap objek tersebut. Sebaliknya jika seseorang tidak memiliki minat terhadap objek tersebut cenderung tidak memiliki rasa senang. Karena hal tersebut rasa senang atau tidaknya dapat mempengaruhi minat seseorang.”

Dari ketiga definisi minat diatas dapat disimpulkan bahwa minat merupakan suatu hal aktivitas yang mengandung unsur-unsur :

a. Psikologis

Minat merupakan gejala psikologis yang menunjukkan bahwa adanya pengertian subjek terhadap objek yang menjadi sasaran karena objek tersebut menarik perhatian dan menimbulkan perasaan senang

sehingga cenderung kepada objek tersebut. Adanya ketertarikan seseorang karena objek ini mampu menimbulkan perasaan senang.

b. Pemusatan perhatian, perasaan dan pikiran terhadap subjek

Perhatian merupakan pemusatan konsentrasi atau aktivitas terhadap objek tersebut. Seseorang yang memiliki minat pada objek, dengan sendirinya akan memperhatikan objek tersebut.

c. Perasaan senang terhadap objek yang menjadi sasaran

Seseorang yang memiliki minat terhadap suatu objek, seseorang tersebut memiliki perasaan senang atau suka terhadap suatu objek. Maka, hal tersebut mendorong seseorang untuk mempelajari bidang tersebut tanpa ada paksaan.

Pengaruh Positif dari minat akan membuat seseorang tertarik dan memiliki kemauan dalam meraih tujuannya. Minat merupakan dorongan dari dalam diri seseorang yang mampu membuat seseorang ingin merasakan hal-hal yang menyenangkan. Dengan adanya minat, mampu memperkuat ingatan seseorang terhadap apa yang telah dipelajarinya, sehingga dapat dijadikan sebagai fondasi seseorang dalam proses pengembangan dirinya.

2.6. Belajar

Belajar merupakan sebuah kegiatan untuk menambah wawasan baik pengetahuan umum, ataupun perubahan tingkah laku. Menurut Tritanto (dalam Hermawan 2016) belajar adalah suatu proses yang ditandai dengan adanya perubahan pada diri seseorang. Sedangkan menurut Gagne and Briggs (2008) mendefinisikan bahwa “ Belajar adalah hasil dari pasangan stimulus dan respon yang kemudian diadakan penguatan kembali tingkah laku yang terus menerus. Dan Pendapat lain menjelaskan bahwa belajar adalah “ *Learning a process of Progressive behavior adaption* “ yang artinya kebiasaan adaptasi mempelajari sebuah proses. (Skinner dalam Haryadi 2019, p20)

Dari ketiga definisi diatas masing-masing ahli menjabarkan bahwa belajar adalah sebuah kegiatan, proses, pasangan stimulus dan respon yang dilakukan oleh individu guna untuk mendapatkan wawasan baik pengetahuan

umum, maupun perubahan tingkah laku. Selain itu, dengan kegiatan ini seorang individu akan mengalami sebuah proses yang terus bertahap dan berlanjut untuk beradaptasi dengan keadaan sekitar.

Belajar dapat diperoleh melalui lembaga pendidikan formal dan non-formal. Salah satu contoh pendidikan formal yang umum dan ada di Indonesia adalah sekolah. Sekolah yang dimaksud adalah tempat berjalannya kegiatan belajar dan mengajar yang melibatkan interaksi antara guru dan siswa. Sedangkan salah satu contoh untuk pendidikan non-formal adalah sebuah organisasi bimbingan belajar. Bimbingan belajar yang dimaksud adalah sama seperti sekolah hanya saja kegiatan yang dilakukan berada diluar jam sekolah. Tujuan dari siswa melakukan kegiatan belajar sendiri adalah untuk mendapatkan dan memperoleh hasil yang terbaik dari belajar yang sesuai dengan kecerdasan intelektual yang dimilikinya. (Djamarah dalam Yuhana & Aminy 2019).

2.7. Faktor yang mempengaruhi minat belajar

Minat belajar tidak terlepas dari berbagai faktor yang mempengaruhi, baik itu terdapat dalam dirinya maupun lingkungan sekitar. Minat belajar menurut (Mesra 2021) mengatakan bahwa minat belajar adalah sebuah motivasi dan dorongan seorang individu untuk melakukan kegiatan atau hal yang ingin dilakukan oleh individu tersebut, atas dasar pilihan mereka sendiri bukan karena paksaan dari faktor luar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa arti dari minat belajar sendiri adalah kecenderungan pada diri sendiri untuk mempunyai sebuah kesenangan tanpa adanya paksaan yang mengarahkan sebuah perubahan pengetahuan, keterampilan, dan perilaku. Ada dua hal yang mempengaruhi minat belajar seorang individu, yaitu faktor internal dan faktor eksternal yang akan dijelaskan sebagai berikut : (Mesra 2021)

a. Faktor Internal

Faktor dalam diri (internal) merupakan faktor yang dapat mempengaruhi seseorang, karena sesuatu hal yang membuat seseorang memiliki rasa tertarik, rasa ingin tahu, dan motivasi. Faktor internal meliputi dua aspek yaitu aspek psikologis dan fisiologis. Aspek psikologis terdiri dari ketertarikan belajar, kenyamanan dalam belajar dan kemauan belajar. Sedangkan aspek fisiologis yaitu partisipasi siswa.(Syahputra dalam Mesra 2021)

b. Faktor Eksternal

Faktor dari luar seorang individu (Eksternal) meliputi dari dorongan orang tua, guru, dan lingkungan sekitar. Faktor Eksternal terdiri dari 2 aspek yaitu aspek lingkungan dan aspek suasana belajar. Aspek lingkungan terdiri dari dorongan orang tua, dan lingkungan yang mendukung minat seorang individu. Sedangkan Aspek suasana meliputi dari fasilitas belajar dirumah maupun disekolah (Syahputra, Mesra 2021)

2.8. Motivasi

Motivasi adalah penggerak dan pendorong seseorang yang dapat mempengaruhi semangat untuk melakukan suatu hal sehingga tercapainya hasil atau tujuan yang memberikan sebuah kepuasan. Menurut Rianto (Dalam Laka, Burdam & Kafiar 2020) Motivasi adalah sesuatu yang menggerakkan seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu hal. Sedangkan menurut Warti (dalam Sihombing, Ronaldus, Sitinjak & Tambunan 2021), Motivasi adalah kemauan, kehendak, dan daya yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu hal. Sehingga dapat diartikan, munculnya motivasi membuat sebuah perubahan pada diri, seseorang, dan/atau sekelompok orang terhadap perilaku individu tersebut baik yang disadari maupun tidak disadari.

Berdasarkan dari dua peneliti diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Motivasi merupakan suatu dorongan yang dapat muncul dari dalam diri

dan/atau berasal dari faktor luar. Sehingga seseorang atau sekelompok orang dapat menentukan tujuan akhir yang ingin dicapai dan menentukan hal apa saja yang harus dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai tujuan akhir.

